

第6章 中国の対アフリカ消費財貿易

著者	丁 可
権利	Copyrights 日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
シリーズタイトル	情勢分析レポート
シリーズ番号	6
雑誌名	アフリカに吹く中国の嵐、アジアの旋風 - 途上国間競争にさらされる地域産業 -
ページ	133-159
発行年	2007
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00014779

第6章

中国の対アフリカ消費財貿易

丁 可



南アフリカ・ヨハネスブルグ近郊の中国系商業センタービル（撮影 西浦昭雄）。

はじめに

近年、アフリカ市場における中国企業や中国製品の存在が注目を集めるようになってきている⁽¹⁾。特に3つの側面において、中国はアフリカとの経済的な結びつきを強化しつつある。第1に、中国の工業製品が大量にアフリカ市場に流入し始めている。第2に、従来のアフリカ援助プロジェクトとともに、近年一部の中国製造業企業がアフリカで直接投資を始めている。第3に、アフリカは中国にとって、資源、エネルギー分野において、重要な調達先になっている。本章では、中国の工業製品のアフリカ市場への流入状況について取り上げる。とりわけ、アフリカの地場産業への影響が強いと思われる雑貨や衣料品を中心とする消費財に焦点をあて、中国企業がこの分野においてアフリカの市場開拓に成功した原因を具体的に探りたい。

資源、エネルギーや電気機械などの産業分野とは異なり、消費財の分野での開拓に関して、アフリカ市場には以下2つの大きな特徴がある。第1に、貧困人口が大きな割合を占めるアフリカにおいては、ローエンド市場における需要、すなわち品質よりも価格が低廉な商品に対する需要が潜在的に大きく存在している。したがって、中国企業がアフリカでの消費財の市場開拓に成功する原因を探るためには、これらのローエンド市場に対応できる生産システムが、中国においてどのように形成されているかが問われなくてはならない。

第2に、低開発国の典型として、グローバル・バリューチェーンの分析で想定しているようなパワフルなバイヤーとなる企業はアフリカ市場に存在しない(Schmitz [2006])。その代わりに、夥しい数の中小、零細商人が流通の担い手になっており、彼らは個々の経営力が弱い上に、地理的にもばらばらに分布している。このような小規模で分散的なバイヤーの需要にいかに対応するかが、中国の消費財産業によるアフリカ市場の開拓を考えるもう1つの重要な視点となってくる。

本章では、以上2点のうち、とりわけ第2の特徴に焦点をあてながら、中国とアフリカ間の消費財の貿易の実態を考察したい。本章の構成は、以下のとおりである。第1節では、中国製品のアフリカへの輸出状況を概観する。第2節では、主に生産の面から中国製品がアフリカへ急激に流入する背景を簡単に説

明する。第3節では、アフリカにおける中国商人の経営の実態、第4節では、中国におけるアフリカ商人の経営の実態を描くことにより、流通の視点から中国製品の流入の原因を検討する。おわりにでは、中国アフリカ間の消費財の貿易に関する幾つかの暫定的な結論を提示してみる。

第1節 中国製品のアフリカへの輸出の概要

中華人民共和国とアフリカの貿易は1950年代にさかのぼるが、本格的に展開し始めたのは、1990年代に入ってからである。中国とアフリカの貿易額（輸出額＋輸入額）は、1999年の64.9億ドルから、6年の間に397.5億ドルに、6倍以上も拡大している（表1）。中国によるアフリカへの輸出に焦点を絞るなら、同値は1999年の41.1億ドルから、2005年の186.8億ドルにまで伸び、4.5倍の拡大を示している（日本貿易振興機構〔1999 - 2005〕）。しかしその中国の輸出総額に占める割合は、同期間に2.1％から2.5％へ微増しているに過ぎない。この数字だけをみると、アフリカ市場は中国にとってまだまだ決定的な輸出相手先になっていないことが分かる。

では、アフリカにとって中国からの輸入はどのような存在になっているのだろうか。表1が示すように、アフリカの輸入総額に占める中国の割合は、1999年から2004年で3.2％から6.9％へ増加している。アフリカの視点からみても、

表1 アフリカと中国の貿易の推移（1999 - 2005）

年度	中国のアフリカ向け 輸出額（千ドル）	中国の輸出総額に占める アフリカの割合（％）	アフリカの輸入総額に 占める中国の割合（％）
1999	4,115,013	2.1	3.2
2000	5,042,687	2.0	3.9
2001	6,005,929	2.3	4.4
2002	6,961,667	2.1	4.9
2003	10,184,121	2.3	6.0
2004	13,813,218	2.3	6.9
2005	18,683,440	2.5	

（出所）中国のアフリカ向け輸出額、中国の輸出総額は、日本貿易振興機構〔1999 - 2005〕による。アフリカの輸入総額は、UNCTAD〔2005〕による。

中国製品は消費財市場でのインパクトが強い割には、それほど大きな存在にはなっていない。ただ、変化の趨勢に注目するなら、今後ますます重要性を増していくことは間違いない。

拡大していくアフリカへの輸出の中身はどうなっているのでしょうか。中国商務部の調査⁽²⁾によると、中国の対アフリカ輸出について、1次産品の比重が持続的に低下してきている一方、工業製品の比重が絶えず拡大している。さらに、軽工業製品を中心とする構造から「機電」製品⁽³⁾を中心とする構造へ発展している。2005年、中国の対アフリカ輸出186.8億ドルのうち、「機電」製品、繊維、アパレル、鉄鋼およびその製品、靴類、「新充気ゴム製タイヤ」⁽⁴⁾、プラスチック製品、非貴金属製品等の輸出額は、158.3億ドルになっており、中国の対アフリカ輸出の84.7%を占めている。そのうち、「機電」製品は第1位として、輸出総額の43.7%を占めており、2004年より同数値は2.7%増加している。第2位は繊維製品であり、輸出総額の20.1%を占めている。また、ハイテク製品の輸出は18.3億ドル（前年比18%増）に上っており、全体の9.8%を占めている。「機電」製品とハイテク製品は中国の対アフリカ輸出増加額のうち、70.8%貢献している。

「機電」製品分野における急成長の例は表2のような筆者の把握している断片的なデータによっても裏付けられる。

かつてトヨタ自動車の世界進出が東南アジアから開始したことを考えれば、

表2 アフリカにおける中国「機電」メーカーの経営状況

企業名	産業	アフリカでの経営状況
上広電	家電	南アフリカにおける洗濯機のシェアは40%を占めている
海信	テレビ	2002年時点で、南アフリカ市場におけるテレビの販売台数は10万台を突破、市場シェアは12%。南アフリカを中心に、周辺の十数カ国へ輸出
華為	通信設備	アフリカ市場の主流設備供給メーカー。アフリカ市場において、30近くの事務所を設置。その設備は、40数カ国で使用。モーリシャスにおいて、アフリカはじめての商用3G契約を獲得
中興	通信設備	ZAMTEL（ザンビア電信会社）の最大の提携先。エチオピア最大のGSM移動ネットワーク供給メーカー。エリトリア、ジブチ、ソマリアの通信事業においては、当社の設備が中心的な地位を占めている

（出所）非洲投資網が収集したアフリカの中国企業に関連する各種インターネット記事による。

後発工業国の企業がグローバル展開を始める際に、世界のローエンド市場から這い上がっていくことはごく自然のことであろう。しかし、以上の事例が示唆するように、これら電気機械関連産業は主に大企業を中心に展開しているため、アフリカ各国の「機電」産業の水準からすると、当地企業と競合関係にあることは考えにくい。従って、そのアフリカ市場での急激な成長ぶりとは裏腹に、地場産業、地域社会へのインパクトは消費財ほど大きくないように思われる。これらの企業に関しては、別の分析課題として追跡していく必要がある。以下では、当面アフリカ経済との関係が深い中国産の消費財のアフリカ市場開拓の実態を中心に検討していきたい。

第2節 アフリカへの中国製品輸出拡大の背景

消費財のアフリカ向け輸出拡大で重要な役割を担っているのは、中国国内各地の産業集積である。これらの集積地での流通システムは、アフリカにも移転し始めている。

具体的にみると、アフリカ向けの消費財の輸出は、主に繊維、アパレル製品と日用雑貨類に分類できる。この2品目について、中国では生産機能の産地への集約化が急激に進んでいる。「中国服装協会」の調査によると、2005年中国ではアパレル産業の生産能力の77%が全国49の産地に集積しているとされている（中国紡織工業協会〔2006〕）。また雑貨製品については、浙江省に立地している義烏市に、世界最大の生産、流通拠点がある（Ding〔2006〕）。義烏の中国小商品城⁽⁵⁾（以下では「義烏市場」と略す）では、2005年に店舗数が5万8000店、取引高が288億元（約37億ドル）に上った⁽⁶⁾。そこでは、43業種1901部門、40万種類に上る雑貨類が取引されている。これらの商品は、義烏周辺の産地だけでなく、浙江省内のほかの産地、省外からも調達されている。そして、中国各地、世界の212の国と地域へ流れている⁽⁷⁾。

これらの繊維、アパレル、雑貨産地がアフリカを含めた世界市場に進出している理由としては、以下の点が考えられる。第1に、中小企業が数千、数万の単位で集積しており、各企業間で熾烈な価格競争が展開されている。そのため、製品の価格崩壊が各地で起きてきていて、市場の中で低価格帯の需要を満たす

ことが可能となっている。

第2に、下流にある完成品メーカーから産業の中、上流域（原料や機械、部品など）にあるメーカーまたは販売業者まで産業間のネットワークが完備されていることで、生産コストの一層の削減が図られている。

第3に、多くの産地は当初、中国の国内市場向け生産を基盤として始まっている。自国の消費者を相手に販売する過程で、製品のデザインや企画能力を企業は身に付けてきており、アフリカなどの途上国へ販売する際に、自前のブランドで販売することが可能となっている。

第4に、中国には地場製品の販売に特化した「専門市場」と呼ばれる商品取引市場が形成されている（丁[2006]）。専門市場は、通常の「市場（いちば）」⁽⁸⁾と同様に、夥しい数の小生産者と小商人の集う舞台である。そこへ出店するメーカーや商人は、同郷のネットワークを中国ばかりか世界各地の「市場」にもっており、ビジネスチャンス次第では、彼ら自身も遠隔地へ赴くことを惜しまない。場合によっては、自ら「市場」を作り上げていくこともある。こうして、専門市場は「市場」という形態をとりつつも、その中で伝統的な商業ネットワ

表3 アフリカと中国における工業製品価格の比較

商品名（単位）	中国国内での販売価格	アフリカでの販売価格	該当地域
照明器具（1個）	50元*	700 - 800元	南アフリカ
毛布（1枚）	30元	90ランド	
櫛（1個）	3 - 4元**	35 - 40元	
スリッパ（1足）	4 - 5元**	40元	
男性用シャツ（1枚）	20元***	165.2元	ギニア
赤レンガ（1個）	0.15元	1.8元	モザンビーク
低級品シャツ（1枚）	十数元	100元以上	ザンビア
スーツ（1着）	200元	1000 - 2000元	アンゴラ
白菜（1個2キロ程度）	2元以下	13ドル以上	
蚊取り線香（1箱）	3元	5ドル	
鉄釘（1本）	0.5元	1ドル	
全自動洗濯機（1台）	1300元	1000ドル以上	ナイジェリア、ガーナ
ハンカチ（1枚）	0.5元****	2 - 3ドル	

（注）1）*：中国での小売価格、**：義烏での販売価格、***：仕入れコスト、****：上海での生産コスト。他の製品については、製品の産地、また生産、卸、小売のどの段階での価格なのか不明。

2）1ドル＝7.7788元（2007年1月21日）

1ランド＝1.04383元（2006年10月18日）

（出所） 非洲投資網が収集した各種インターネット記事を中心に筆者作成。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。

ークを復活、強化し、ローエンド市場を広域的に開拓していく。義烏市場に代表されるように、これらの「市場」はもともと国内市場を中心に販売し始めたが、その一部はすでに外国貿易も行うようになっている。アフリカ市場開拓の際には、このような専業市場システムで蓄積されたローエンド市場に適した経営のノウハウが活用されていると考えられる。

専業市場システムの分析に入る前に、ここではアフリカ側において、中国製品を受け入れる条件をみておきたい。表3には、主に中国商人によって紹介されたアフリカでの市場価格と中国での価格との比較が掲げられている。具体的にみると、労働集約的で付加価値が低い商品であるほど、価格差が大きくなっており、毛布、男性用シャツと洗濯機を除いて、ほとんど10倍以上の差となっている⁽⁹⁾。輸送費や関税などの費用を除いても、中国とアフリカの間で貿易を行う大きな利益が明確である⁽¹⁰⁾。このようにアフリカにおける工業製品の極めて高い価格は、多くの中国企業をアフリカ向け販売へと仕向ける重要な原因となっている。

第3節 アフリカに進出する中国商人

1. 中国商人のアフリカでの経営の概要

表4は、アフリカに進出した中国人または中国企業の概要である。インターネットで収集したデータなので、消費財の販売に携わる商人の規模を詳細に特定できなかったことを断っておきたい。これらのデータを整理してみると、全体的に見てアフリカに進出する中国人について以下の3点が指摘できる。

第1に、サブサハラアフリカ各地域において中国人の大規模な進出が確認されている。とりわけ、人口の多い国や経済発展が進んでいる国のほとんどにおいて、中国商人集団の進出が確認されている。商人以外の移住者も含めて最も中国人を大量に受け入れているのは、経済発展水準が最も高い南アフリカである⁽¹¹⁾。

第2に、中国人の多くは、アフリカ各地の「市場」のなかで営業している。数多くの商人たちの需要を集める手段として、「市場」はなによりも重要な活動の舞台となっている。これらの商人の出身地を確認すると、中国国内の「市

表4 アフリカ各地における中国人の分布状況

地域	国	年度	中国人数または 企業数	中国人の出身地	ビジネス内容
北アフリカ	エジプト	2002年	67社	不明	紡織、食品、石油関係、建材、インフラ建設
西アフリカ	ガーナ	2006年	2000社(そのうち、大企業が200社)	浙江(全体の7割、大部分が温州出身)、上海、江蘇(蘇州)	主に中国人が開設した市場などで中国製の革靴、衣料品、毛布、眼鏡等の日用雑貨を販売
	ナイジェリア	2006年	5000社		
東アフリカ	ケニア	2006年	5000人	浙江、東北、福建	援助やその他関連プロジェクトのエンジニア、管理者、関係者; 中小零細自営業者(雑貨品販売、レストラン、漢方の診療所開設); アパレル工場へ出稼ぎに来た現場責任者、技術者、主にナイロビに集積
中部アフリカ	コンゴ民主共和国	2005年	500人以上の個人経営者	浙江(温州)、北京、上海、重慶	キンシャサの繁華街を中心に、シューズ、帽子、スーツケース、衣料品、タオル、浴室タオル等の日用雑貨を販売
	カメルーン	2006年	2000人	浙江(四分の一以上)	一部は、温州商城で経営する可能性がある
南部アフリカ	南アフリカ	2004年	10 - 15万人	広東、上海、北京、福建、東北、四川、浙江	多くの中国人がヨハネスブルクの市場で経営
	アンゴラ	2000年まで	200人未満	不明	2006年時点で50店舗がルアンダのサンパウロ市場で日用雑貨品の卸売りに従事。一部の人はホテル、建築業へ転業
	ザンビア	2006年	2000人	不明	多くの中国人がカムフラ市場で経営
	マラウイ	2004年	100 - 200人	不明	主に商店街で衣料品、靴、帽子、金物を販売、一部の人はプロジェクトの運営に従事
	ナミビア	2006年	1000人以上	福建、東北、上海、江蘇(南通)	中国国内からの輸入品を中国城などの「市場」で販売

(出所) 非洲投資網が収集した各種インターネット記事を中心に筆者作成。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。

場」の主力を担っている浙江商人、広東商人、福建商人などが最も目立った存在になっている。中国における産業集積と消費地の「市場」を結ぶ商人のネットワークが、遥かなるアフリカの大地にまで広がっている。

第3に、アフリカの主要国に進出した中国人は、首都またはその経済的な中心地において事業を行っている。衣料品や日用雑貨の販売にとって、これらの都市は重要な流通拠点であり、当地だけではなく周辺地域ひいては周辺国への商品の流通効果が期待できる。

ところで、中国人が出店する「市場」については、自然発生的に形成されたところもあれば、彼らが自ら開設したものもある。中国商人により開設された「市場」は、表5の通りとなっている。表4で示された中国人の分布状況を裏付けるように、各「市場」は主に各国の首都や経済的な中心都市に開設されている。また、「市場」の開設者は、主に浙江省の温州と義烏出身が多い。筆者が別稿で指摘したように、このような重要な流通拠点における「市場」の開設は、中国国内での安定的な販売ルートを維持するための重要な手段となっており、同様の手法はここアフリカでの市場開拓の際にも適用されている（Ding [2006]）。

表5 中国商人により開設されたアフリカの「市場」

地域	国	都市	市場名	開設者
西アフリカ	ガーナ	アクラ	ガーナ中国友好商品城	福建商人
			中国商城	義烏商人
	ナイジェリア	ラゴス	中華門商業センター	義烏商人
	ギニア	コナクリ	中国温州商貿城	温州商人
中部アフリカ	カメルーン	不明	温州商城	温州商人
南部アフリカ	南アフリカ	ヨハネスブルグ	中国温州商城	温州商人と香港商人の共同出資
			中華門商業センター	義烏商人
			香港城	香港商人
	ナミビア	ウィンドフック	中国城	不明

（注）中国語のインターネット記事を中心に本表を作成したため、ここでは「市場」の名称はそのまま中国語名を引用している。現地でこれらの「市場」は英語または現地語で呼ばれていることをご留意いただきたい。

（出所）非洲投資網が収集した各種インターネット記事を中心に筆者作成。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。

2. 南アフリカの中国商人

ここでは、アフリカで最多の中国人を抱える南アフリカの事例を通じて、中国商人の経営の実態を検討しておこう⁽¹²⁾。商業以外の中国住民も含めると、南アフリカにおける中国人の数は10 - 15万にも上っているとされ、その大多数は、中国との貿易や観光、レストラン経営に携わっている。表5のデータソースとは異なっているが、『朝日新聞』の報道によると、ヨハネスブルグ市内には8カ所2000店舗近くの中国商人を主力とする「市場」が開設されている（松本〔2006〕）。

南アフリカにおける中国人の出身地をみると、広東、上海、北京、福建、東北、四川、浙江省となっている。そのうち、浙江出身者は最も代表的である。彼らは南アフリカへの進出が相当遅れており、上海出身者より10年も遅れていると言われている。ただ、そのほとんどは故郷の産地の地場製品を販売するビジネスに携わっている。当地の「浙江商会」（浙江商人の協会）の会長の見積もりによると、2004年時点で浙江商人は約400人いたが、彼らによる年間の総売上が15億元（約1.9億ドル）にも達していると指摘される。1人当たり、350万元（約45万ドル）以上の売上という計算になっている⁽¹³⁾。

浙江商人の内訳をみると、温州出身者が最多で2004年時点で100人以上に達している。次に金華出身者が約100人、続いて紹興、杭州、寧波、嘉興、湖州、義烏、海寧、台州の順となっている。これらの商人の出身地では、いずれも大規模な産地が形成されており、また中国でトップ水準にある専門市場が形成されている。このことは、南アフリカに進出する浙江商人が堅固な地位を築き上げることに寄与しているように思われる。

以下では、温州商人と義烏商人の事例を中心に、南アフリカ市場を開拓する中国人商人の経営の特徴をみておきたい。

温州出身者は主にヨハネスブルグに集積している⁽¹⁴⁾。その大多数は、2001年あたりから南アフリカに進出し始めた。特に、2003年の1年間だけで、100名以上の温州出身者がやってきた。2005年の報道によると、当地の中国城、香港城など中国商人が集積している卸売市場において、3分の1の店舗は、温州出身者によって所有されている⁽¹⁵⁾が、温州出身者が直接経営しているものである。2006年になると、その人数は200人以上に増えている。

一方、義烏商人についてみるなら、2005年時点で南アフリカでビジネスを

表6 南アフリカに進出する浙江商人の経営事例

番号	出身地	性別	南アに渡る以前のビジネス	南アでのビジネス歴	アフリカの他の中国人とのリネージュ
1	温州	男	温州の照明器具の「市場」で経営	1999年に南アへ視察。その後、南アで中国製雑貨を販売。2004年に中国温州商城を開設	当初、ヨハネスブルグの「市場」の中国人開設者の紹介を受けて南アへ視察。2003年に「南部アフリカ浙江商会（浙江商人の協会）」を創設
2	温州	男	不明	1999年から中国製の衣料品等を販売。2003年に、ヨハネスブルクの3つの「市場」で店舗を購入	3つの「市場」とも中国人が開設。
3	温州	男	不明	2001年に南アへ渡った。4カ月かけて当地の「市場」などを視察。その後、中国製の衣料品などを販売。2003年に鉱山と不動産の開発に乗り出す。2005年に新聞を創刊。	新聞は全アフリカの中国人向け
4	温州	女	杭州の衣料品「市場」で経営	1998年に南アへ視察。2000年にヨハネスブルクで数軒の店舗を購入。	娘、婿とも南アでビジネスを行っている
5	義烏	男	義烏で発電設備工場を開設	1998年に南アへ2回視察。同年に中華門商業センターという「市場」を開設	香港城「市場」の開設者と共同で中華門商業センターを運営
6	義烏	女	不明	当初は中国製の雑貨や衣料品を南アで販売。次第に、貴金属、機械設備、自動車などの分野へ業種転換	「浙江商会」の秘書長
7	義烏	女	かつらの工場を開設	2003年に南アへ渡った。その後、「市場」で雑貨や自家製のかつらを販売	夫と一緒にビジネスを行っている。中国人従業員を1人採用。
8	義烏	女	義烏で香水の工場を開設	2003年に南アへ視察。自社工場の香水を販売	「浙江商会」の友人から生活上の支援を受けている。

（出所）非洲投資網、その他アフリカ関係のウェブサイトが収集した各種インターネット記事を中心に筆者作成。各商人のビジネス歴の詳細については、付録1を参照。

行っている義烏出身者は40人近くに上り、その大多数は日用雑貨の卸売りに携わっている⁽¹⁶⁾。彼らの進出によって、ヨハネスブルグ、プレトリア、ダーバン、ケープタウンでは義烏製のボタン、鍵、楊枝、靴下、マフラー、帽子、衣料品、玩具、ライターなどがスーパー、ショッピングセンター、卸売市場で販売されるようになっていく。

表6では、南アフリカに進出する温州商人と義烏商人の代表的な経営の事例を掲げてある。これらの事例を通じて、彼らの経営に共通する幾つの特徴を指摘しておこう。

第1に、アフリカに渡る前に、これら浙江省の経営者はすでに豊富なビジネス経験をもっている。一部の人については、自社工場を中国に開設している。よって、彼らは無一文の状態からアフリカ市場のなかで成長の機会を入手したわけではない。むしろ、中国で培われた経営の経験を生かすことによって、短期間にアフリカにおけるビジネス上の優位性を確立してきたといえる。

第2に、彼らは中国から輸入した商品の販売を行っている。表6が示すように、彼らの多くは、経営のいずれかの段階で南アフリカの「市場」を利用している。一部の経営者は、自ら「市場」の開設にも乗り出していることからすると、南アフリカに大量に存在する中小商人を相手にする場合、やはり市場施設の開設はもっとも有効な市場開拓手段と考えられる。

第3に、彼らは、マーケットにおけるビジネスチャンスに極めて敏感である。彼らの多くは、アフリカ市場の状況を把握する為に、遠距離にもかかわらず、自ら視察に出かけている。また、アフリカでの需要が変動するにつれ、機会をみつけて、鉱山や新聞、貴金属など他の分野へ多角化を進めていく。

第4に、これらの経営者は、親戚や友人の紹介でアフリカでのビジネスを始めている例が多い。また、南アフリカでの経営に際しても、親戚や友人と共同で行う場合が多い。これによって、女性経営者でもこのような遠隔地にあるリスクの大きい国において健闘を続けている。

第4節 中国に進出するアフリカ商人

義烏の事例

1. 義烏市場におけるアフリカ商人の概要

大量の中国商人がアフリカに進出している一方、近年アフリカ商人も次第に中国で姿を現すようになってきている。この点は、前述した義烏において最も顕著に観察されている。

義烏市とアフリカの貿易の状況についてみるなら、2005年時点で義烏商品はアフリカの43カ国へ輸出されている。2006年の数字によると、同年1 - 9月の間に、同市の対アフリカ貿易総額はすでに前年分(05年)を上回っている。そのうち、輸出額は、9300万ドルであり、前年比15.4%増となっている。アフリカ向け輸出製品は十数業種にわたっており、アフリカとの取引関係をもつ会社は298社に上っている。義烏市の4割以上の製造企業は、貿易の重点をアフリカなどの地域に置いているとも報道されている⁽¹⁷⁾。

義烏との貿易において、前述したアフリカへ進出した義烏商人とともに大きなイニシアティブを発揮しているのは、アフリカ商人である。2005年の1年間に延べ5300人のアフリカ商人が義烏へ買い付けに来ている⁽¹⁸⁾。また、2006年現在義烏市場へ出店したアフリカ商人は500名程度に達していると推測され、その国籍はアフリカの20以上の国と地域に分布している⁽¹⁹⁾。義烏で毎年開催される「中国小商品博覧会」(日用雑貨の見本市)でも、アフリカ商人の来場が報道されている。

表7は2000年以降義烏で事務所を開設した41社のアフリカ系企業の国別、年次別の進出状況である。ここでは、事務所の国籍がアフリカ、または事務所の代表者の国籍がアフリカになっていれば、アフリカ系企業とみなしている。表7を通じて、アフリカ商人による義烏での進出状況について幾つの特徴点を指摘しておこう。

第1に、義烏において、毎年新設されるアフリカ関係事務所の数が次第に多くなってきている。2000年時点では、1社の事務所の開設しか確認できなかったが、2002年に5社、2004年に12社、2005年には15社になっており、特に2004年以降の急増が目立っている。

第2に、国籍がアフリカとなっている事務所の内訳を地域別でみると、西アフリカ16社、北アフリカ11社、南部アフリカ3社、東アフリカ、中部アフリカそれぞれ1社ずつとなっている。南部、中部、東アフリカ国籍の事務所が極めて少ない。アンゴラの2事務所では、代表者がソマリア人とインド人になっており、さらにコンゴの1事務所の代表者はインド人になっている。

表7 義烏におけるアフリカ人事務所の年度別、国別設立件数

地域	国家	年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	合計
北アフリカ	リビア				1	1			2
	スーダン					1	2	3	6
	エジプト						2	1	3
西アフリカ	モーリタニア	1	1	1	2	2	2	4	11
	ナイジェリア			1	1	2			4
	マリ			1					1
東アフリカ	エチオピア						1		1
中部アフリカ	コンゴ							1(インド)	1
南部アフリカ	モザンビーク						1		1
	アンゴラ							2(ソマリア1;インド1)	2
中東	レバノン			1(エジプト)					1
	ア首連				1(アルジェリア)		1(リビア)	1(ソマリア)	3
	シリア					1(エジプト)			1
先進国 または地域	フランス							1(マリ)	1
	中国香港						1(モロッコ)		1
	韓国							1(エチオピア)	1
不明								1	1
合計			1	2	5	6	12	15	41

(注) 括弧の内は、事務所代表者の国籍。ここでは、事務所の国籍と一致しない事例を列挙した。
 (出所) 中国・義烏対外貿易経済合作局「2006」国(境)外企業駐義烏代表処名録」義烏対外貿易経済合作局ホームページによる (<http://www.jhftcc.gov.cn/yiwu/uploadfile/2006213113141701.xls>、2006年12月25日にアクセス)。

第3に、アラブ首長国連邦、シリア、レバノンといった中東諸国の一部の事務所においては、アフリカ人商人が代表者になっている。この点からすると、中東諸国は、アフリカへの商品流通の1つの拠点になっていることが窺える。現に、アラブ首長国連邦で貿易経験をもつ中国のビジネスマンの話によると、アラブ首長国連邦の首都ドバイにある様々な日用品卸売市場で販売される商品の8割は、アフリカ向けに販売されているとされる⁽²⁰⁾。なお、中東地域の事務所で活躍するアフリカ商人は、1人のソマリア人を除いてみな北アフリカ出身者である。

第4に、フランス、香港、韓国の事務所でもそれぞれアフリカ国籍の代表者が存在した。以前これらの国で雑貨関連の貿易をしていたアフリカ商人が義烏に移転した事実が推察される。ここでは、アフリカ商人の国際的なビジネスネットワークとともに、雑貨生産、流通拠点の世界的な移転の痕跡が窺われる。

2 義烏におけるアフリカ商人の事例

では、具体的にアフリカ商人はどのようなきっかけで義烏に進出し、義烏ではどのような経営を展開しているのだろうか。ここでは、表7で事務所の数が最も多いモーリタニア、スーダン、エジプト人商人の事例を通して、このことを検討しておこう。

表8が示すように、義烏のアフリカ商人の経営には3つの特徴点がみられる。

第1に、義烏に常駐しているアフリカ商人には、留学経験者、中国とのビジネス歴が長い人が少なくない。義烏は世界的な雑貨の生産、流通拠点に成長していても、アフリカでは義烏市場に関連する情報がこのような中国を熟知した経営者にしか把握されていないのが現状である。

第2に、これらのアフリカ商人による各々の出身国への輸出が確認されている。さらに本国の商品を義烏へ販売したり、義烏の雑貨を本国以外の国へ販売するアフリカ商人も現れ始めており、義烏市場のメリットを生かして様々なビジネス機会を広げていく彼らの経営姿勢がみて取れる。

第3に、アフリカ商人はビジネスを始める際に、他国のアラブ系商人との合併で始まるケースが目立っている。義烏全体では、アラブ商人が2002年時点においてすでに1500名以上に上っており、アラブ商人によるアフリカビジネ

表8 義烏に進出するアフリカ商人の経営事例

番号	国籍	中国に渡ったきっかけ	義烏でのビジネス	他の中東、アフリカ出身者とのビジネスリンケージ
1	モーリタニア	1991年に中国へ留学	義烏の雑貨をアフリカ、ヨーロッパ、北米、南米、豪州の一部の国へ輸出	他のモーリタニア商人2人と共同で貿易会社を創設
2	スーダン	上海で留学する兄とともに来訪	義烏の雑貨をスーダンへ輸出。スーダンの自社香水工場の製品を義烏で販売	貿易会社はリビア商人と共同で運営
3	スーダン	1990年代に中国へ留学	貿易会社を経営	サウジアラビア商人と共同で貿易会社を創設
4	エジプト	2004年に義烏へ買い付けに来た	義烏の雑貨をエジプトへ輸出。プラスチック原料と大理石をエジプトから輸入	エジプト人を義烏にて採用
5	エジプト	1977年から中国へ食器等を買い付けに来た	レストラン経営	不明

(出所) 各種インターネット記事を中心に筆者作成。各商人のビジネス歴の詳細については、付録2を参照。

スへの影響が無視できない⁽²¹⁾。

おわりに

本章では、中国とアフリカの貿易に関して消費財の流通を中心に検討してきた。冒頭で指摘したように、中国とアフリカ間の貿易は、近年着実に拡大してきた。ただ、世界市場に猛烈な勢いで輸出を伸ばしている中で、中国にとって対アフリカ貿易の比重は、まだまだ小さく、その伸び率もそれほど大きくない。それに対して、アフリカにおける中国の輸入品は当初微々たる存在だったが、その割合は顕著に伸びてきている。このようにアフリカにとって、中国はますます重要な存在になってきているといえる。

中国からの輸入に限定してみるなら、「機電」製品はすでに雑貨、衣料品など、消費財を上回り、最大の輸入品目になっている。だが、生活と密着してい

ること、アフリカの地場産業への影響、その販売に携わる中国商人集団の存在からすると、消費財製品のアフリカへの衝撃は極めて大きいと言えよう。以下では、本章で検討した中国がアフリカへ消費財を大量に売りさばけた原因を指摘しておきたい。

第1に、中国では消費財産業に関して、中低級品市場で極めて競争力の高い産業集積地が存在している。この点は、アパレル産業における7割以上の生産が特定産地に集積していること、また雑貨産業における義烏のような世界的な生産、流通拠点の形成に象徴的に表れている。これらの産業集積には、数千や数万に上る中小企業が集積している。そこでは、上流から下流までの産業間のネットワークが形成されているだけでなく、企画、デザインの力も持ち合わせている。このような生産システムにおける効率性による低価格生産の達成が、近年中国製品が急激に流入してくる最大の要因として指摘しなければならない。

第2に、中国国内では、ローエンド市場に対応するための「専門市場」とよばれる強力な流通システムが構築されている。このシステムでは、「市場」という無数の小生産者と小商人の活躍する舞台を活用することにより、伝統的な商人のネットワークを強化して、市場開拓を絶えず広域的に進めている。

アフリカの市場開拓に際しても、「市場」の建設が各地でみられるなど、専門市場システムのメリットが発揮されている様子が窺えた。第3節でみたように、アフリカの主要都市の「市場」のなかで、大量の中国商人の姿がみかけられる。また、経営を続けるうちに自ら「市場」を新設する中国商人も出てきている。

またこのような専門市場システムのアフリカへの移植は、アフリカ商人の中国への進出をも促すようになっている。義烏の事例でみたとおり、年間5000人のアフリカ商人がこの「市場」へ買い付けに来ており、常駐するアフリカ商人も500人以上に上っている。ただ、情報の把握できる限りでは、その大半は北アフリカや西アフリカの商人である。また、その多くは留学関係者または中国と長期間の付き合いのある人である。その他地域のアフリカ商人には、まだ義烏へまでたどり着く余裕がないか、またはその情報すら持ち合わせていないのではないと思われる⁽²²⁾。

中国とアフリカの貿易、特に「市場」を通じての貿易を支えているのは、遠

隔地取引に長けている商人集団の存在である。浙江商人に代表されるように、これらの人々はビジネスチャンスに極めて敏感である。彼らは、市場状況を把握する為に、遠隔地にもかかわらず視察に出かけている。需要が変動するにつれて、機会をみつけて他の分野へ躊躇なく多角化を進めていく。そして、世界中に広がる彼らのネットワークは、このような経営をしっかりと支えている。産業集積の外部リンケージに関する研究では、これまで途上国間の貿易関係について議論してこなかった。途上国にバリューチェーンが存在するのなら、そこにおいては浙江商人や先にみたアラブ系の商人など、伝統的な商業ネットワークを有する商人集団がその中心的な役割を果たしているように思われる。

なお、本章では触れなかったが、中国国内においては消費地の「市場」に進出した商人が、往々にして各地の産地の情報や経営のノウハウをその進出地の人々に伝達していた。アフリカに進出する中国商人が、このような情報やノウハウをアフリカに伝え、アフリカの開発に貢献する可能性は、十分考えられる。アフリカの地場産業を考えるうえで、これらの中国商人に今後も注目していかなければならない。

【付録1】南アフリカに進出する浙江商人の経営事例

・事例1：HL氏

「南部アフリカ浙江商会」会長、温州出身。以前、温州の照明器具の「市場」で経営していた。1999年11月に、ヨハネスブルクの中華門商業センターの義烏商人の紹介を通じてアフリカへ視察した。当地における消費財の巨大な市場に気がつき、また当地の工業が中国より10年遅れていることが分かった。そこで2000年4月に、国内でたまった在庫品とともに、3つのコンテナでの照明器具、ライター、眼鏡などを南アフリカへ輸出した。しかし、英語が分からず、法律、財務、税関手続きもわからなかったため、南アフリカの中国人に騙され、初年度に100万元（約12.9万ドル）ぐらいの損をした。

しかし、HL氏は赤字を恐れず、南アフリカで根を下ろすことを決めた。2001年上半期に、南アフリカの消費財市場は回復し始め、彼の事業にも利益がスタートした。下半期に、HL氏は8つのコンテナの温州製革靴を販売することにより、1年間100万元（約13万ドル）を儲け、一挙にすべての損失を回収した。

2002年に、自信をつけたHL氏は30以上のコンテナの革靴を南アフリカへ輸入し、3000万元（約386万ドル）の売上を達成した。2003年には数を増やし新デザイン、新種類の革靴を40数コンテナ輸入するも需要に追いつけなかった。あたかも南アフリカの革靴業界の王者のようになった。

HL氏は広東、上海、北京、福建、東北、四川出身者がみな同郷会を設立していることをみ

て、大変憂慮した。自ら5万元（約6248ドル）を拠出し、半年の準備を経て、2003年12月12日に「南部非洲浙江商会（南部アフリカ浙江商人協会）」を設立した。当初、100人規模の参加であったが、2006年現在では会員が300人に上っている。同会では、週に3回無料の初級英語コースを開催している。また、税法に関する講座を開くなどして、現地の政策を説明している。

2004年に、HL氏は、香港城の経営者と共同で8000万ランドを出資して、ヨハネスブルグの5万平米の土地を購入し、中国温州商城を建設した。この「市場」は、温州出身者がアフリカで作ったカメルーンの温州商城に次ぐ2番目の「市場」だとされる。2004年当時の計画では、温州産品を中心に販売する予定だった。HL氏は温州に戻り、出店誘致を行うつもりだったが、温州以外の経営者、アフリカの方でも大歓迎ということである。

出所：非洲投資網が収集した各種インターネット記事を中心に整理した。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。

・事例2：HC氏

南アフリカ某国際貿易会社社長、温州出身。「浙江商会」の副会長。HC氏は1999年に南アフリカへ9つのコンテナの衣料品と絨毯を輸出したが、南アフリカ通貨の切り下げが実施され、130万元（約16.7万ドル）の損をした。しかし、HC氏は赤字だからといって、南アフリカ市場から撤退しなかった。2001年に、2つのコンテナの絨毯を再び中国から輸入した。2002年に仕入れ量を拡大し、この1年で黒字に転じた。2003年にファッション服とジーンズの販売を始めた。その当年に、ヨハネスブルグの香港城で80平方メートルの店舗を20万元（約2.6万ドル）で購入し、また中国城と非洲商貿城でそれぞれ店舗を購入した。これらの店舗を根拠地に、南アフリカでの卸業務を拡大することを計画している。

HC氏は南アフリカを「冒険家の楽園」と呼んでいる。氏によると、南アフリカビジネスの利益は中国より高いが、リスクも大きい。実力が弱く、赤字になってすぐやめてしまうようでは成功できない。

出所：「在南非淘金の浙江人」非洲投資網（<http://2005.invest.net.cn/News/ShowInfo.aspx?NewsID=193>、2006年12月25日にアクセス）

・事例3：HJ氏

温州出身。2001年に南アフリカへ渡った。当初、4カ月をかけてヨハネスブルグのほとんどの卸売市場と商業センターを回り、現地人の服装の特徴を詳細に調べた。その後、衣料品と革靴の卸貿易を開始した。2カ月の間に、20コンテナ、800万元（約103万ドル）以上の貨物を輸入した。予想以上に売れ行きがよく、当地のチェーン店も数社訪ねてきた。

ただ、貿易はHJ氏の業務のごく一部にすぎない。南アフリカで業務を行った数年のうち、当地の資源、鉱山が南アフリカ経済を牽引していることに気が付いた。そこで氏は、エネルギー分野への投資に力を入れ始めた。2003年に鉱山と不動産の開発に乗り出した。そのために、80年間採掘する権利のある年産20万トンの銅山の権利を確保した。銅の精錬は地元の工場に委託している。相場の変動に応じて製品を南アフリカまたは中国国内のどちらで販売す

るかを決めている。

2005年に、HJ氏は1000万元（約129万ドル）弱を投資して、全アフリカ中国人向けの新聞を創刊している。

出所：「中国民企非洲“淘宝”：三個温州老板の親歴」[2006] 中非民間商会網（<http://www.cabc.org.cn/news/2006-11-3/200611391951.html>、元出所は第一財經日報、2006年12月25日にアクセス）。

・事例4：CA氏

温州出身、女性。1990年から杭州の四季青服装市場という衣料品「市場」で販売を始めた。1998年に国外へ視察に出かけた。暑すぎたアラブ首長国連邦よりも、気候と環境の良い南アフリカが気に入った。そこで、2000年にヨハネスブルグで何軒かの店舗を購入した。現在、娘と婿とともに南アフリカでビジネスを行っていて、夫は他の国で靴のビジネスを行っている。CA氏は、南アフリカの治安が極めて悪く、本人も何度が被害を受けたと指摘する。将来、やはり中国へ戻り工場を開設したいと考えている。

出所：「4個浙江商人闖蕩南非的故事」[2006] 南非網（<http://www.nanfei.net/news/1/1/69.html>、元出所新華網、2006年12月25日にアクセス）。

・事例5：ZX氏

義烏出身。1970年代末に義烏の定期市の勃興に影響され、ZX氏は公的企業の副工場長の仕事を辞任し、建築機械部品の営業を開始した。その後、機械関係の会社を設立し、障害者が56%を占める発電設備工場を開設した。1994年にはホテルを開業した。次第に、固定資産1億元（約1286万ドル）以上、傘下企業14社を抱える企業集団を形成した。ただ、1997年の東南アジア金融危機、また中国国内の電力市場の飽和により、電力設備の在庫が大量に増え工場は倒産寸前にまで追い込まれた。

危機的な局面を打開する為に、ZX氏は1998年3月にアフリカへ視察に行った。エジプトから入り、その後ナイジェリアにたどり着いた。さっそく、ナイジェリアにおける深刻な電力不足の実態を把握し、また富裕層はみな自家用の発電機をそろえるようにしていることに気づいた。そこでホテルの経営を娘に、工場の経営を妻に任せ、本人はアフリカビジネスに専念することを決断した。

2カ月後に、ZX氏は2回目のアフリカ視察に入り、カメルーン、ザイール、コートジボワール、ベニンなど十数カ国を視察し、経営の重点をナイジェリアに置くことにした。ZX氏は、ナイジェリアの産業基盤の脆弱さ、輸入に頼る日用雑貨品の需要の大きさ、さらに当該国において流通網が整備されていないことを認識した。ZX氏はこの状況を「飢餓の市場」と称している。そこで、同年末に「機電」製品を販売するナイジェリア最大の機電「市場」を設立した。同時に義烏の専門市場の運営様式を学び、ナイジェリア中華門商業センターを2001年に設立した。

1998年10月に、ZX氏は3回目のアフリカ視察の際に南アフリカの見本市に参加した。彼は、多くのスーパーを回り、日用雑貨のほとんどは東南アジア商人を通じて中国から仕入れ

ていることを確認した。ちょうどその頃、アメリカ人が経営していた四つ星のデパートは現地の華人に譲渡された。その華人は、経営のパートナーを探していた。ZX氏は、当デパートのインフラなどを視察した上で南アフリカの市場構造などを分析し、このデパートを利用して「市場」として開設することにその華人と合意した。1998年11月、4度目のアフリカ視察にあたり、彼は南アフリカ中華門商業センターの合併契約に調印した。合併に際して、ZX氏は49%の株を所有するとともに副代表取締役と副社長を兼任した。

ZX氏は、南アフリカの国会議員、ヨハネスブルグ、ケープタウン等の市長、移民局の上部官僚と数度に渡る相談を経て、中華門商業センターで200社を登録し、1社あたり2つの就労ビザの発行を約束してもらった。

1999年4月20日に中国外経貿部は当市場施設の運営を正式に許可した。同年4月26日 - 5月7日、浙江の副省長を団長とする代表团が中華門を視察した。1999年7月20日に浙江省の工商行政管理局は、中華門の誘致説明会の開催を省レベルで推進するよう通達を出した。前述した温州商人HL氏も、中華門の紹介で南アフリカへ渡ることになった。

2006年の報道によると、中華門はすでに南アフリカで最も規模が大きく、商品が揃っている中国商品の購入先となっている。また、当「市場」は中国系企業の南アフリカでの最大の「市場」関係のプロジェクトであり、販売、倉庫、展示会、情報提供などの機能をそろえているということである。

出所：王・張 [2000]；劉延迅 [2006]「浙商“非洲熱”的機會与風険」浙商網 (<http://biz.zjol.com.cn/05biz/system/2006/11/06/007971444.shtml>、元出所は中国経営報、2006年12月25日にアクセス)。

・事例6：GY氏

南アフリカ某貿易会社社長、女性、義烏出身。「浙江商会」秘書長を務めている。日用雑貨と衣料品の卸売りで南アフリカでのビジネスを開始した。中国製の衣料品と繊維製品は、南アフリカに大きな衝撃を与え、当地の組合と企業の反発を買っている。また、中国人同士の競争も極めて激しいらしい。このため、GY氏は次第にビジネスの重点を貴金属、機械設備、自動車などへシフトした。本人もなんどか強盗に遭っており、南アフリカの治安問題が深刻だと指摘している。

出所：陳銘 [2005]「義烏小商品 瞄準南非市場」新浪網 (<http://chanye.finance.sina.com.cn/sm/2005-12-26/272775.shtml>、元出所は國際商報、2006年12月25日にアクセス)。

・事例7：ZL氏

義烏出身、女性。2003年4月に、夫と南アフリカへ渡った。当年には5つのコンテナを輸入した。2004年現在では、ヨハネスブルグの東方商城で自家製のかつらを販売するとともに、下着、アクセサリ、文房具も扱っている。中国人と南アフリカ人の従業員を1人ずつ採用している。

本人によると、南アフリカの天気と市場は大変気に入っているが、治安があまりにも悪い

とされる。黒人の強盗に遭い、もう少しで命を落とすところだった。警察から嫌がらせを受けたこともある。2、3年後には、必ず義烏に戻るとしている。

出所：「在南非淘金的浙江人」非洲投資網（<http://2005.invest.net.cn/News/ShowInfo.aspx?NewsID=193>、2006年12月25日にアクセス）。

・事例8：LL氏

義烏出身、女性。2003年初に、友人と南アフリカへ視察した。帰国後2人の子供を母親に預け、当年4月に貿易会社社長の身分でアフリカへ渡った。当社で販売される香水は兄の会社で作られたものであり、彼女は南アフリカでの新市場開拓に専念している。

小学校卒のため、南アフリカでの最初のころはABCも読めなかった。「浙江商会」の友人に助けられ、いろいろな困難を乗り越えた。南アフリカでは、次第に運転を学び、英語でのコミュニケーションもできるようになった。少しでも暇があれば、英単語を書いたり、暗記したりしている。2006年は当地の語学学校に入学する予定である。

出所：「4個浙江商人闖蕩南非的故事」[2006] 南非網（<http://www.nanfei.net/news/1/1/69.html>、元出所は新華網、2006年12月25日にアクセス）。

【付録2】義烏に進出するアフリカ商人の事例

・事例1：AP氏

モーリタニア出身。毛里塔尼亞進出口有限公司の事務所の代表を務めている。この貿易会社は、他の2人のモーリタニア人と2000年に創設した。会社の本部はモーリタニアに設置されており、業務上の要請により、2001年に広州でも事務所が設立された。当社では、2003年に中国緑茶、電池、洗剤、マッチについて、EL-HELLAという商標を登録している。また、電子部品、自動車部品、金属電動工具、機械設備、家電、日用雑貨、医療器械などの製品を幅広く扱っている。会社の取引先はモーリタニアに限られていない。アフリカでは、モーリタニア以外に、アルジェリア、アンゴラ、中東では、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、ヨーロッパでは、イタリア、ギリシア、フランス、イギリス、デンマーク、ロシア、北米では、アメリカとカナダ、さらにオーストラリアと南米の一部の地域にも輸出している。現在では、毎月およそ30のコンテナの商品を世界各地へ輸出している。

AP氏は、1991年に中国へ留学した。人民大学で中国アラビア比較文化と国際政治の修士号を取得した。卒業間際に、ある偶然の機会に義烏に関する情報を入手し、そのまま中国に残り貿易を始めた。

出所：同社ホームページ（www.mbcold.com、2006年12月15日にアクセス）；「説漢語的
外国商人」[2001] 浙江在線（[http://www.zjol.com.cn/gb/node2/node138665/
node138776/node223179/node223184/node223864/userobject15ai2718095.html](http://www.zjol.com.cn/gb/node2/node138665/node138776/node223179/node223184/node223864/userobject15ai2718095.html)、2006
年12月25日にアクセス）；その他インターネット情報。

・事例2：NZ氏

スーダン出身。27歳の時に兄に付いて、義烏にやってきた。兄は、上海に留学した。卒業

後、中国に残り、中国とアフリカ間の貿易の仲介に携わった。後に、義烏を知り、リビアの商人と貿易会社を義烏で設立した。同社は主に、中国商品をスーダンへ販売している。一方、スーダンのほうで香水工場を設立した。香水の販売拠点は、主に義烏に置かれている。

出所：江勝忠 [2006] 「500名非洲商人在義烏淘金 做起小商品生意」 浙商網 (<http://biz.zjol.com.cn/05biz/system/2006/11/06/007970979.shtml>、元出所は錢江晩報、2006年12月25日にアクセス)を中心に整理した。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。

・事例3：FF氏

スーダンの首都ハルツームの出身。中国にわたって10年以上が経つ。北京では、漢方による小児麻痺の治療法を学び修士号を取得した。義烏では、サウジアラビアの友人と1軒のオフィスを借りてビジネスをしている。妻はスーダンに住んでいる。

出所：宮喜祥・フセイン・王復 [2006] 「夢円義烏的アラ伯人」 今日中国ホームページ (<http://www.chinatoday.com.cn/china/z2006/0607/p58.htm>、2006年12月25日にアクセス)。

・事例4：LH氏

エジプト出身。カイロでコンピュータの販売に従事していた。2004年に友人に依頼され、義烏へ雑貨を仕入れに来た。ここの商品の多様さと価格の安さ、またその品質にひきつけられ義烏での貿易を決意した。義烏でパートナーと一緒に貿易会社を設立した。その後、家族全員で義烏に移住した。2006年は11月までに、すでに20コンテナの義烏商品をエジプトへ輸出した。総額は100万ドルを超える。また、プラスチック粒子とピラミッド用の大理石をエジプトから輸入している。

出所：江勝忠 [2006] 「500名非洲商人在義烏淘金 做起小商品生意」 浙商網 (<http://biz.zjol.com.cn/05biz/system/2006/11/06/007970979.shtml>、元出所は錢江晩報、2006年12月25日にアクセス)を中心に整理した。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。

・事例5：LA氏

エジプト出身。1977年あたりから、厨房用食器、ガラス容器のビジネスで中国に通い始めた。多い時には、年に3回も買い付けに来ていた。その後、義烏で店舗をしばらく構えていた。次第に、市内のエジプト人が多いことに気づき、エジプトレストランを開設した。2人の息子も義烏にいる。

出所：宮喜祥・フセイン・王復 [2006] 「夢円義烏的アラ伯人」 今日中国ホームページ (<http://www.chinatoday.com.cn/china/z2006/0607/p58.htm>、2006年12月25日にアクセス)。

【注】

(1) 中国国内において、アフリカの中国企業や中国商人を公式に扱う出版物はほとん

で見当たらない。ただ、中国アフリカフォーラムの開催に伴い、インターネットで中国とアフリカの経済関係に関連する記事が夥しい数で掲載されるようになっている。アフリカとのビジネスを奨励するために、このような記事をまとめて収集した上で、ジャンルごとに分類し、利用者に提示しているウェブサイトも数多く現れている（非洲投資網：<http://www.invest.net.cn>；非洲貿易網：<http://www.ca-trade519.net>；非洲經商網：<http://www.africa-biz.net>；非洲經濟網：<http://www.africa-economy.net>；中非合作網：<http://www.chinaafrica.com>、その他）。アフリカにおける中国企業や中国商人を検討するためには、このようなインターネット情報を活用するよりほかはない。

ところで、これらのウェブサイトでは、掲載した記事のオリジナルの出所やその著者、日付を明記しないケースが多い。また、同じ報道対象に関して、内容の重複する記事がみられる。ただ、それらにより、補完しあう情報が提供される場合も多々ある。

このような状況を勘案して、本章におけるウェブサイトの情報ソースの標記方法は、次のとおりとする。

1．同じウェブサイトから複数の記事を引用している場合は、そのウェブサイトの名称のみを記載する。2．複数のウェブサイトから、複数の記事を引用している場合は、主な情報源となるウェブサイトの名称のみを記載する。3．単一のインターネット記事から引用している場合は、その出所をなるべく詳細に記載する。

なお、アフリカの中国企業や中国商人についての日本語文献としては、平野〔2006〕、松本〔2006〕が代表的である。

- (2) 以下商務部調査に関する内容は以下の記事を翻訳したものである。「中非貿易産品結構不断優化」（宋志勇・韓燕）新浪網、<http://chanye.finance.sina.com.cn/sm/2006-11-02/303399.shtml>、元出所は国際商報、2006年12月15日にアクセス。
- (3) 中国では、「機電」製品とは、機械設備、電気設備、交通運輸手段、電子製品、電器製品、計器及びその部品、コンポーネントをいう（「第44回『中国への機電製品の輸入（1）』（2005/09/27）」NIKKEI NET <http://bizplus.nikkei.co.jp/genre/soumu/rensai/arisa.cfm?i=20051118isa44ra>、2007年1月22日にアクセス）。
- (4) ゴム製タイヤの一種である。
- (5) 中国では、「市場」のような商業施設は、「城」と呼ばれることが多い。
- (6) この市場の発展に伴って、義烏市には、数十に上る専門の商店街が形成され、また外国人による貿易事務所が700カ所以上に開設されている。さらに市の周辺では、アクセサリー、靴下、シャツなどの巨大な集積地が形成されている。

- (7) 全世界では、232の国と地域がある。
- (8) 中国の「市場」は、多くの場合、専用のビルや巨大な平屋建築物のなかにおいて、狭い通路を挟んで、広さ1坪程度の雑多の店舗が建ち並んでいる。各店舗は狭いスペースの中に、様々な色・形・サイズの商品を取り揃え販売している。
- (9) アフリカとのビジネスを奨励するウェブサイトが収集した記事である為、やや現地の状況を誇張している嫌いがあることをご留意いただきたい。
- (10) 但し、各種報道をみる限りでは、中国商人の進出が増加するに伴い、当地での価格競争も熾烈なものになっている。その結果、各地で価格崩壊が起き、一部の商品の利潤率が大幅に下がり、中国の国内市場よりも安くなっている。
- (11) 他の地域と比較して、北アフリカにおいて確認できる中国商人の進出した国とその規模は、極めて少ない。これは、データが制約されているためかもしれない。ただ、後述するように、北アフリカのアラブ系のアフリカ商人は、自前のネットワークを生かして、中国の専門市場で常駐するようになっている。このことが、中国商人にとってビジネスチャンスの少なさを意味しており、その進出を阻んだものと考えられなくもない。
- (12) 南アフリカにおける中国商人の進出状況については、前掲非洲投資網が収集した各種報道を中心に整理した。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。
- (13) これに対して、早い時期から南アフリカにやってきた他地域の中国人の大多数は、行商や屋台による販売、フリーマーケットへ出店するなど、小規模な小売ビジネスを行っている（「中国人在南非」非洲商務網http://www.africa.gov.cn/ArticleView/2006-1-23/Article_View_1835.Htm、2006年12月6日にアクセス）。
- (14) 南アフリカにおける温州出身者の概要は、前掲非洲投資網が収集した各種インターネット記事を中心に整理した。一部の情報は、他のウェブサイトから引用している。
- (15) この場合は、店舗を他の商人に貸し出している。
- (16) 南アフリカにおける義烏商人の概要は、陳銘[2005]「義烏小商品瞄準南非市場」新浪網（<http://chanye.finance.sina.com.cn/sm/2005-12-26/272775.shtml>、元出所は国際商報、2006年12月25日にアクセス）による。
- (17) 「義烏小商品遠銷非洲43个国家」[2006] 非洲經商網（<http://www.africa-biz.net/view.asp?id=374>、元出所は金華新聞網、2007年1月23日にアクセス）。
- (18) 「義烏小商品遠銷非洲43个国家」[2006] 非洲經商網（<http://www.africa-biz.net/view.asp?id=374>、元出所は金華新聞網、2007年1月23日にアクセス）。
- (19) 「義烏与非洲走得更近了」[2006] 中国義烏國際小商品博覽会ホームページ（<http://www.chinafairs.org/intro/cn/news/shownews.asp?id=5041>、元出所は義烏新

聞網、2006年12月25日にアクセス）。

(20) 筆者が2006年11月に行ったドバイでの駐在経験がある中国人商社マンへのインタビューによる。

(21) 李湘荃 [2002] 「アラ伯人生意忙 義烏成了“アラ伯村”」数字義烏 (http://0579-yw.china001.com/show_hdr.php?xname=SFBK701&dname=TEDEAU0&xpos=16、元出所は北京青年報、2006年12月25日にアクセス）。

(22) 一般のアフリカ商人は、中東、とりわけアラブ首長国連邦のドバイを通じて、間接的に中国製品を輸入していると言われている（前掲商社マンへのインタビューによる）。その取引量やそこでの貿易の実態などについては、別途分析する必要がある。

〔参考文献〕

< 日本語文献 >

- 丁可 [2006] 『現代中国における産地形成分析のための一試論』名古屋大学博士論文。
- 日本貿易振興機構 [1999 - 2005] 『中国対外貿易統計』海外調査シリーズ、日本貿易振興機構。
- 平野克己編 [2006] 『企業がアフリカをかえる 南アフリカ企業と中国企業のアフリカ展開』(Africa Research Series) アジア経済研究所。
- 松本仁一 [2006] 「アフリカの中国人」(『朝日新聞』2006年5月8日 6月9日の連載記事)。

< 英語文献 >

- Ding Ke [2006] “Distribution System of China’s Industrial Clusters: Case Study of Yiwu China Commodity City”, Tokyo: IDE-JETRO, Discussion Paper No.75.
- Schmitz, Hubert [2006] “Regional Systems and Global Chains”. In *Keynote papers and session-papers’ abstracts*. Beijing: The fifth international conference on industrial clustering and regional development 2006.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) [2005], *UNCTAD - Handbook of statistics* 2004, New York; Geneva: United Nations.

< 中国語文献 >

- 王衛平・張錦春編 [2000] 『没有围墙牆的城市』中国輕工業出版社。
- 中国紡織工業協会編著 [2006] 『中国紡織工業發展報告 (2005/2006)』中国紡織出版社。